

漁業者と消費者を港でつなぎ、
収入安定と地域活性化を実現する

海のマーケット

企画書

株式会社潮風ホールディングス
東京都中央区日本橋室町1丁目11番12号 日本橋水野ビル7階
山出 潤一郎
mail : jun@zukan.com tel : 090-3329-4736

港での手渡しと デジタル決済の融合

中間業者を否定しない「第3のルート」 既存流通の限界（原価率25%）を超え、移動させないことで高還元を実現

配送・梱包コスト「ゼロ」 港での直接手渡しにより、物流コストと鮮度劣化を完全に排除

持続可能な三方良し 漁業者は所得向上、消費者は安価に購入、地域は活性化

S種優先株式による資金調達 プロトタイプ開発から実証実験、そして全国展開へ



漁業者所得

+49%

水揚げ20%
直販時

消費者価格

約半額

市価比 40-
50%OFF

漁業者受取

80%

売上に対する
比率

現状の課題 | 港町と漁業の急速な変化

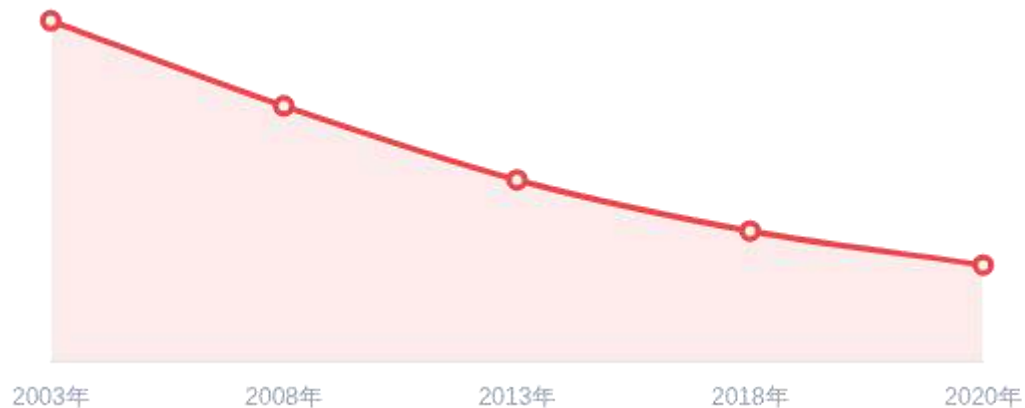
過去17年間で進行した深刻な構造的衰退



漁業就業者数の激減（17年間）

43% 減少

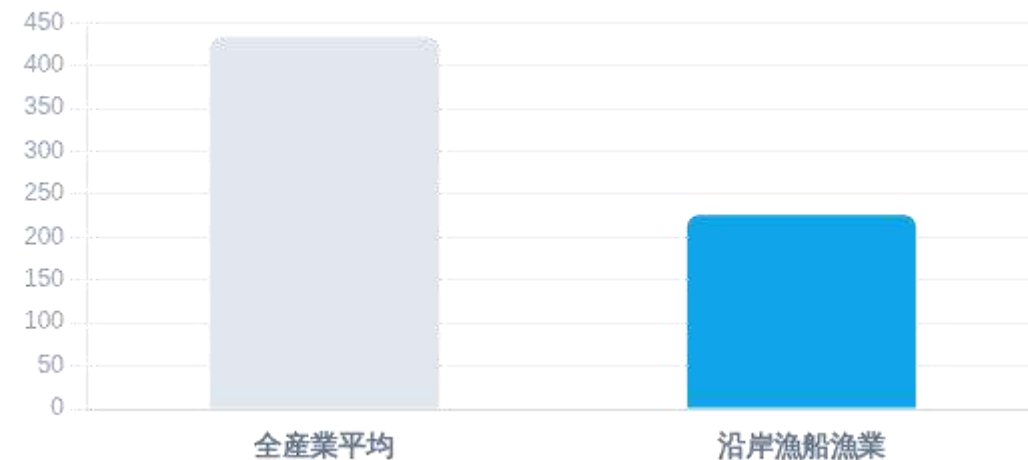
2003年から2020年の間に、日本の漁業を支える担い手が半減近くまで減少。後継者不足と高齢化が加速しています。



沿岸漁業（個人経営）の厳しい所得

200万円 前後

主力である沿岸漁船漁業者の年間所得は低水準で推移。この経済的厳しさが、若者の流出と港町の過疎化の根本原因です。



魚は「時間と移動」で 価値が急落します。

原価率25%という流通の制約

魚の扱いには専門技術が必要である上、保冷・輸送コストをかけながら全国へ届ける既存流通では、これ以上の還元は構造的に困難です。

中間業者の努力による支え

流通コストと鮮度維持のために、関係者は努力を重ねて今の価格を維持しています。

「移動させない」という解決策

既存流通を主力のままだに、港で完結する「別ルート」を併設することで、構造的限界を突破します。

港でつなぐ、新しい流通の形

漁業者と消費者が港で出会い、その場で手渡す。
既存流通を補完する“港での手渡し”ルートが、鮮度と価値を最大化します。



配送コスト不要

梱包・発送の手間ゼロ
物流費を価格に還元



アプリ事前決済

現地での金銭授受なし
売れ残りのリスク回避



圧倒的な鮮度

水揚げ直後の品質
未利用魚も価値ある商品へ



顔が見える交流

漁師さんと話せる体験価値
港町への愛着を育む



→ TRADE FLOW

【体験の流れ】 港で生まれる新しい売買

1

出品・通知

漁業者は帰港前に船上から出品。同時に帰港時間と場所を通知します。

2

購入・決済

消費者はアプリで商品を選び、事前に決済を完了させます。

3

港で受け取り

指定の時間に港へ行き、漁師さんから直接魚を受け取ります。

4

交流・フィードバック

調理法を聞いたり感想を伝えたり、顔の見える関係が続きます。

鮮度と体験に価値を置く 4つのコア層

新鮮な魚を求める生活者

スーパーの鮮度に満足できない、本物を知る層

海や港の雰囲気が好きな層

買い物自体をレジャーとして楽しむ（ドライブ・観光）

地元のプロ顧客（飲食店）

高単価メニューのための独自仕入れルートを希求

直売所志向のシニア層

既存の農産物直売所市場（1兆円超）の延長線



週末港ドライブ層

50-60代中心。
「わざわざ買いに行く」プロセス自体を楽しみ、鮮度と安さに感動する。



こだわり飲食店

地元の寿司店・居酒屋。
市場に出回らない珍しい魚や、朝獲れの圧倒的鮮度を求める。



市価より4～5割安、獲れたてを港で

既存流通の努力で支えられてきた仕組みを尊重しつつ、
港での直接受け渡しにより移動・時間ロスを減らし、適正価格で提供。



圧倒的な安さ

流通コスト削減で
市価の半額程度を実現



最高の鮮度

水揚げ直後を受け取り
スーパーとは別次元の味



行列なし

アプリで事前決済済み
受け取るだけで完了



港での体験価値

漁師さんとの会話や
港町の雰囲気楽しむ

収入の安定と 仕事への誇りを取り戻す

安定した高単価販売

自分で価格を決定でき、市価変動の影響を受けにくい

未利用魚の価値化

市場に出ない魚も「美味しさ」で適正価格販売が可能

面倒な作業からの解放

梱包・発送・顧客対応・集金は一切不要（アプリ完結）

現金管理のリスクゼロ

事前決済のため、船上や港での現金授受やお釣りが不要

「生きがい」の創出

「美味しかった」の声を直接聞き、仕事の喜びを実感



直販比率 20% 時の試算

売上増＋経費不変＝純利益増

所得＋49%

地域活性化と 組合員の安定経営

組合員の経営安定化 漁業者の所得向上により、離職防止・後継者確保につながる

新たな収益源（協力金4%） 実質的な手数料収入の増加により、漁協の財務基盤を強化

業務負担は最小限 決済や顧客対応はアプリが一括管理するため、既存業務を圧迫しない

港への人流創出 消費者が港を訪れることで、直売所や周辺施設への波及効果



価格づけの例

消費者半額・漁業者受取60%増を実現する価格構造

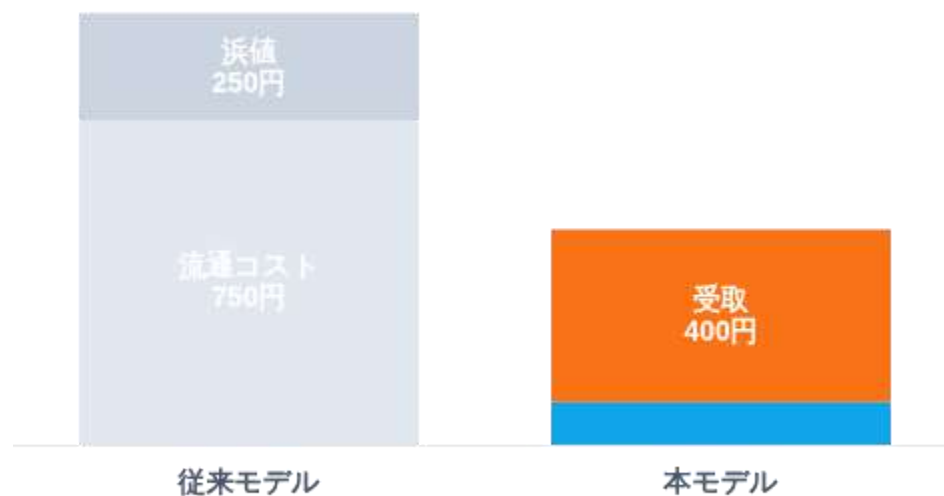
従来の流通
一般的な市価

1,000円

生産者受取（浜値）

250円

（市価の約25%）



→ 流通の制約（原価率25%）の中で
別ルートを併設して還元余地を作る

海のマーケット
直接販売価格

500円
（市価の半額）

生産者受取（80%）

400円

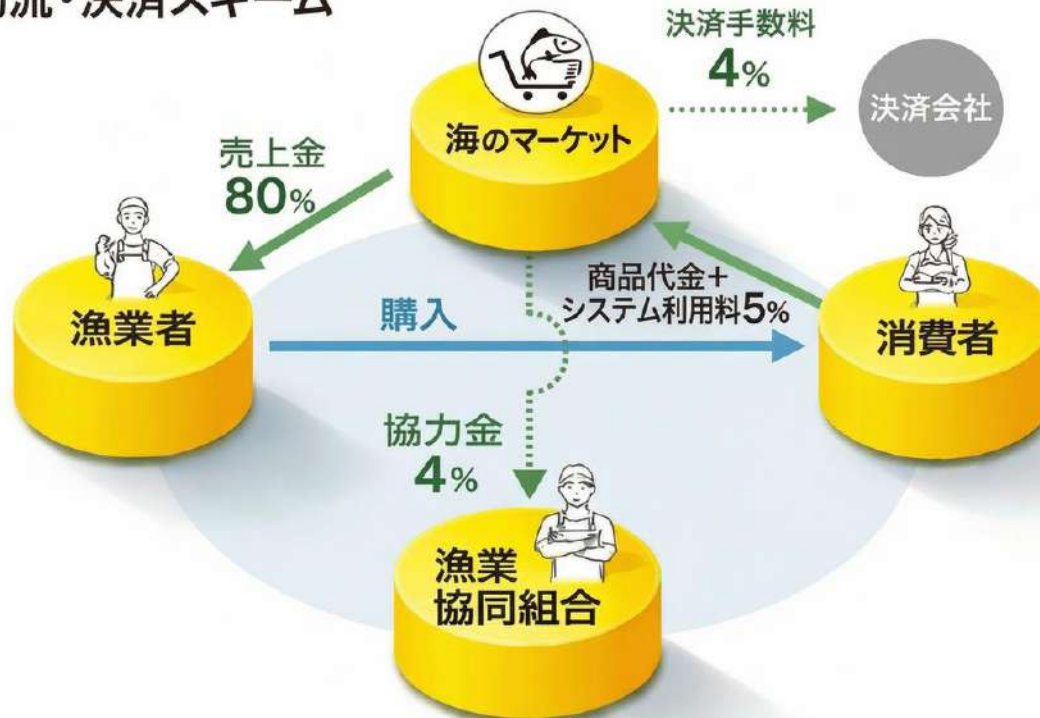
↑従来比 1.6倍

※生産者受取価格（浜値）が市価の25%の場合のモデル
試算

物流・決済スキーム（ビジネスモデル）

透明性が高く、全員が納得できる収益構造

（図）物流・決済スキーム



お金の流れ（消費者起点）

消費者 → 海のマーケット
商品代金 + システム利用料 5%
事前決済し、一括管理。

漁業者への還元

海のマーケット → 漁業者
売上金 80%
従来の約1.6倍の実入りを実現。

地域エコシステムへの貢献

海のマーケット → 漁業協同組合
協力金 4%
漁協の手数料収入を補完。

個人経営体（漁船漁業）の例

直販比率20%で所得は1.49倍（+49%）に増加

所得増加の要点

149%

（現状比 +49%）

現状：226.7万円
直販20%：337.9万円
増加額：+111.2万円

直販単価を市場卸の2倍とし、当社手数料20%、市場卸分の販売手数料等を考慮した試算です。



直販比率別の所得試算

令和3年度個人経営体平均ベース

直販比率	漁労所得	現状比
0%	226.7万円	100%
10%	282.3万円	125%
20%	337.9万円	149%
30%	393.5万円	174%
40%	449.1万円	198%

主な前提

- 直販単価は市場卸の2倍
- 当社手数料20%、市場卸分手数料8%と差引手数料を考慮
- 直販比率20%時、所得は約338万円

社会的インパクト



📈 経済効果

漁業者所得 約49%向上（水揚げの20%を直接販売した場合の試算）と消費者支出の半減を両立し、地域経済を循環させる。

🌐 環境・社会

輸送コストとCO₂を削減。未利用魚の活用で食品ロスを減らし持続可能に。

🏘️ 地域活性化

17年で43%減少した漁業者数に歯止めをかけ、港町に活気と笑顔を取り戻す。

輸送しない＝安い・新鮮・ロスが減る

地産地消は精神論ではなく、経済合理性です。
最短距離で届けることで、品質と価格の両立を実現します。



輸送コスト0

移動にかかる燃料・人件費を
価格に還元し安さを実現



究極の鮮度

水揚げから数時間以内で食卓へ
時間による劣化を回避



未利用魚の活用

規格外でも味は一流
新たな商品価値を創出



CO2削減

長距離輸送をなくし
環境負荷を大幅に低減

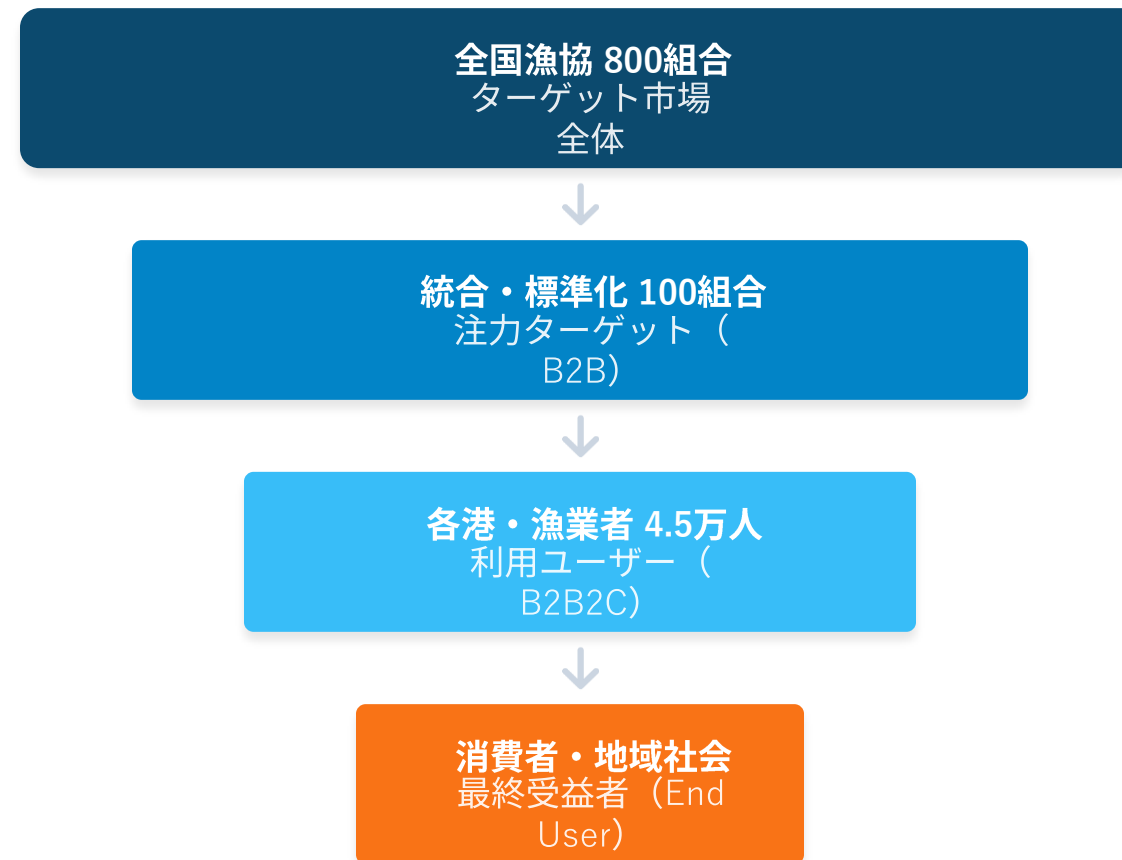
漁協を起点とした 効率的なレバレッジ展開

漁協統合の潮流を活用（800→100） 将来的に約100に統合される漁協システムへの標準採用を目指し、効率的にシェアを獲得

B2B2Cによる営業効率の最大化 個々の漁業者ではなく漁協単位で導入することで、一度に数百の漁業者へアプローチ可能

スイッチングコストの壁を構築 業務フローの一部として定着させることで、他社が参入しにくい強固な基盤を確立

地域ごとのドミナント戦略 港単位で「面」を押さえ、地域内での圧倒的なシェアとネットワーク効果を創出



役割に応じた 柔軟なパートナーシップ

市町村：現場での「場づくり」賛同を得て、漁協・観光部門を交えた協議の場を設定。特定の企業推奨は求めず、企画の意義で連携。

都道府県：理解者による「橋渡し」キーパーソンとの連携を通じ、県内の漁協や市町村への信頼醸成・紹介を依頼。

国（水産庁）：既存施策の「活用」補助金頼みではなく、公募事業への応募や、実証データの提供による政策貢献を目指す。



市町村レベル

現場協議・観光連携・賛同



都道府県レベル

広域展開の橋渡し・キーマン連携



国（水産庁）レベル

公募活用・データ提供・政策寄与

ロードマップ（1.5年実証→拡大）

スモールスタートで確実に価値を検証し、全国へ展開

フェーズ 1：実証・基盤構築 Year 0 - 1.5

- ✓ 資金調達・プロトタイプ開発 S種優先株式の発行によりアプリ開発に着手
- ✓ 1拠点でのスモールスタート 特定の港・市でモデルケースを確立
- ✓ 課題抽出と改善運用オペレーションを磨き込む



フェーズ 2：地域展開・拡大 Year 2 - 3

- ✓ 近隣市町村・県への展開 成功事例をもとに自治体・漁協へアプローチ
- ✓ 20～30漁協への導入 ネットワーク効果による認知拡大
- ✓ メディア露出・PR強化 「港のマルシェ」ブランドの確立



フェーズ 3：全国標準化 Year 4 - 5

- ✓ 漁協システムの標準機能化 統合が進む漁協のインフラとして定着
- ✓ 100漁協規模への拡大日本の水産流通の新たな柱へ
- ✓ 全国的な社会インフラ化 4.5万人の漁業者の生活を支える基盤に

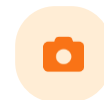
誰が使うのか？ 4つのユーザータイプ

漁業者（アプリ） 出品・販売・売上管理・通知
受信

消費者（アプリ） 商品検索・購入・決済・受取
通知

漁協（Web管理画面） 組合員売上確認・手数料
管理

運営会社（Web管理画面） 全体管理・アカウント審査・サポ
ート



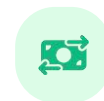
かんたん出品

写真を撮って価格と時間を入力するだけ。高齢者でも使えるシンプルUI。



購入・事前決済

欲しい魚をタップしてカード決済。現金のやり取り不要でスムーズ。



売上確認・振込

日々の売上がリアルタイムで見える。自動振込で経理の手間なし。



本人確認 (eKYC)

漁協准組合員証等の書類審査で信頼できる出品者のみ参加。



リアルタイム通知

「出品がありました」「注文が入りました」をプッシュ通知でお知らせ。



受取確認

港でQRコードを見せるだけ。手渡し完了をデジタルで確実に記録。

誰もが安心して利用できる プラットフォームの構築

厳格な本人確認（eKYC） 漁業者・消費者双方の身元を確認し、トラブルを未然に防止

食品衛生ルールの徹底 衛生管理ガイドラインの遵守と定期的な啓発活動

安全な決済システム 代金はプラットフォームが一時預かり、取引完了後に送金

充実したユーザーサポート FAQと問い合わせ窓口で、不明点やトラブルに迅速対応

登録・利用時のチェック

- ✓ 漁業者：漁協准組合員証等の書類審査
- ✓ 消費者：SMS認証による本人確認
- ✓ 相互評価システムによる品質担保

決済の安全性

- ✓ エスクロー決済（仮払い）の導入
- ✓ 現金の授受なし（お釣りトラブル回避）

食品衛生に関する注意喚起



生鮮食品の取り扱いについては、厚生労働省および各自治体のガイドラインに基づき、適切な保冷と早期消費をアプリ内で強く推奨しています。

代替手段との比較

なぜ「港で手渡し」が最適解なのか

比較軸	本モデル		
	 配送型EC・通販	 朝市・直売所	 港で手渡し
鮮度・品質	 配送中の劣化あり	 高い（当日販売）	 最高（水揚げ直後）
価格（安さ）	 送料・梱包費が高い	 安い（中間なし）	 最安（設備費も不要）
	 梱包・発送作業が重荷	 店舗出品 陳列が必要	 ほぼゼロ（渡すだけ）
交流・体験	 希薄（デジタルのみ）	 販売員との対話	 漁師さんと直接対話
地域への波及	 限定的	 集客効果あり	 港町全体への誘客

※評価は一般的な傾向に基づく比較です

KPIとマイルストーン

成長を測る重要指標と拡大のステップ

参加漁協数

100組合

アクティブ漁業者率

20%

月間注文数

5万件

リピート率

60%超

ROADMAP

フェーズ1：実証

プロトタイプ開発
1～2港での実証実験

フェーズ2：拡大

20～30漁協へ展開
地域モデルの確立

フェーズ3：標準化

システム標準化
業界インフラとして定着

全国展開

統合後100漁協へ
日本の水産流通を変革

港町を応援する 「共感」への投資

共感による直接の資金調達 VC主導ではなく、漁業者・消費者・地域住民など、事業の趣旨にご賛同いただける方々から直接ご出資をいただきます

透明性の高いIR 社会的インパクト（漁業者所得向上・笑顔の数）を四半期ごとに詳細レポート

長期的なパートナーシップ 短期的なExitではなく、持続可能な地域インフラとしての成長を共有

資金使途の優先順位

アプリ開発・機能改善 **最優先**



広報・認知拡大 **第2優先**



運営基盤・サポート **基盤強化**



資金管理の方針 調達した資金は、プロダクトの磨き込み（使いやすさの追求）に集中投下します。豪華なオフィスや過度な広告費には使用しません。

チーム／今後のアクション

共に港町の未来をつくる

FOUNDING TEAM

代表取締役 / 発案者

山出 潤一郎

WEB魚図鑑運営。日本の海と漁村の激変に危機感を持ち本事業を創業。

CTO / エンジニア

直江 憲一

IPA未踏スーパークリエイター。サーバーサイドからアプリまで統括。

魚類学顧問

宮崎 佑介

近畿大学農学部 准教授。魚類学と環境管理の専門知識で監修。

海洋科学顧問

村瀬 敦宣

宮崎大学農学部 准教授。海洋科学の知見から持続可能な漁業を支援。

港町に、 笑顔を取り戻す仲間を 募集しています。

- ✓ 実証実験にご協力いただける自治体・漁協様
- ✓ S種優先株式にご出資いただける投資家の皆様
- ✓ 全国展開を支えるパートナー企業様

CONTACT US

株式会社潮風ホールディングス

海のマーケット事業部
東京都中央区日本橋室町1丁目11番12号
日本橋水野ビル7階 contact@shiokaze-hd.com

開発実績

【スマートフォンアプリ】

- 魚のAI写真判定アプリ『魚みつけ』（自社サービス）
- 暗号通貨c0banアプリ（株式会社LastRoots様）
- 地域情報Q&Aアプリ『ロコモコ』（自社サービス）
- コミュニケーションアプリ『PING』（株式会社オモロキ様と共同開発）
- アプリ横断ランキングシステム『RUNKERS』（株式会社カヤック様）
- キャプチャーウォッチのプロトタイプ開発（ソニー株式会社様）

【webアプリ】

- 東京喰種イベント用配信システム(株式会社ライデン様)
- 日清おバカ大学広告キャンペーン用システム
（株式会社ライデン様）
- ソフトバンク・ペッパー君アプリケーションのサーバーサイド開発
（株式会社ライデン様）
- 大学向けB2Bセールスのためのタブレットwebアプリ
（アドビシステムズ・ジャパン様／有限会社エウロパ様）

【webサービス】

- 未踏図鑑（一般社団法人未踏様）
- LPIImagesの開発協力（エルピクセル株式会社様）
- ライフサイエンス分野の論文集積サービス『ゼミログ』
（エルピクセル株式会社様と共同開発）

【システム開発】

- リアルタイムツイート抽選システム(ツイッタージャパン株式会社様)
- メルセデスベンツの次世代カーナビのUI開発(ICS株式会社様)
- 360度撮影カメラ機能に関する研究開発
（Altavindo Holdings (Indonesia)様）
- UUUMクリエイター向けサポートシステムの開発 (UUUM株式会社様)
- 魚民キャンペーン向けバックエンドシステム(株式会社ライデン様)
- 円谷プロ映像作品の自動コミック化システムに関する研究開発
（バズボックス株式会社様）